

# “蝴蝶”破茧

## ——“互联网+”新思维促老品牌转型升级

摄影/本报记者 赵立荣 撰稿/本报记者 刘栋



▲作为“三转一响”的代表性物件，蝴蝶牌缝纫机是上世纪七八十年代的家庭“大件”。



▲每台缝纫机机壳都要经过研磨，以提高零部件的耐磨性、耐腐蚀性和抗疲劳度，延长使用寿命。



▲产品出厂前，每一个针头都要经过严格校正。



▲底线张力测试，确保零部件配合顺畅。



▲缝纫机须经过试机无误后才能挂上“体检合格”的质检卡。

乌黑锃亮的机头伴随着欢快的踏板声，一块布料被添上整齐细密的针脚，在母亲手中变成一件新衣裳……这是许多“60后”“70后”难忘的儿时回忆。上世纪七八十年代，一台缝纫机是家庭的“大件”，更是年轻女子梦寐以求的嫁妆。而众多品牌中，“蝴蝶”的名气最响。

1919年，民族资本家沈玉山等三人在上海郑家木桥开设“协昌铁车铺”，意谓三人同心协力，事业昌盛。当时，缝纫机也被称为铁车，这家铺子主要从事进口缝纫机的买卖和修理业务。1927年，协昌生产出第一台国产缝纫机，商标名为“金狮牌”；1946年，“金狮牌”更名为“无敌牌”，意为“打败天下无敌手”。1966年，为使内外贸中英文商标名称统一，“无敌牌”改为“蝴蝶牌”，英文商标为“Butterfly”，一直沿用至今。

上世纪九十年代初，蝴蝶牌家用缝纫机年产量最高曾达到152万台，畅销102个国家和地区。然而，改革开放后，随着成衣制造

水平不断提升，国内普通家用缝纫机市场日益萎缩，加之国营企业体制机制原因和各类沉重的负担，“蝴蝶”渐渐淡出了人们的视野，这个有着百年历史的国货品牌陷入了长达20年的沉寂。

2001年，原上海轻工控股集团公司对上海缝纫机行业进行业务整合，上工申贝(集团)股份有限公司通过产权交易的方式购买了“蝴蝶”等缝纫机商标。商标的转让使“蝴蝶”进入了一个全新的发展时期。

本世纪初，欧美发达国家布艺DIY逐渐兴起，现代家用多功能缝纫机不仅风靡欧美，在日本、韩国和中国台湾地区也十分流行。2008年全球金融危机后，工业缝纫机市场低迷，而随着人们生活水平和生活方式的改变，轻巧灵便、功能多样、外观时尚的新型家用多功能缝纫机在国内悄然走红。

2010年，蝴蝶牌缝纫机“重出江湖”，复杂笨重的黑头机已变身成小巧轻便的白色电动机，单一直线缝制发展成为具有各种花

样缝纫能力，产品的升级满足了现代家庭多元化的品质需求。

针对互联网时代的特点，蝴蝶牌缝纫机还研发了无线遥控缝纫设备和移动数据平台的对接，将缝纫设备、App应用软件、移动数据平台等有机组合，传统的缝纫设备成功转型成为物联网大家族中的一员。今年，无线遥控缝纫设备又进行了智能化改造，融入WiFi无线物联网技术，捕捉和接收用户通过其所持有的移动设备(如手机、iPad等)发出的任务指令，完成各类缝纫任务，用户可同时在移动端对发布的缝纫任务进行可视化追踪。

触“网”后的“蝴蝶”不仅实现了重生，更让它再次“飞”出国门。2014年9月，习近平主席访问斯里兰卡期间，夫人彭丽媛向斯里兰卡赠送了600台蝴蝶牌JH5823A型家用多功能缝纫机。“蝴蝶”作为国礼，在国际舞台上再展风采。



▲互联网技术的有机融入，使传统缝制设备成功转型成为物联网大家族中的一员。缝纫机加装WiFi模块系统后，用户可通过App应用软件进行无线连接操控，缝纫、刺绣变得简便有趣。



▲缝纫DIY免费课堂引导“时尚缝纫文化”，吸引了众多布艺爱好者。



▲检验合格后的整机“整装待发”。